

DAFTAR PUSTAKA

- Arinanda, H. (2009). *Analisis Variabel Pembentuk Kepuasan Konsumen Pada Ritel Minimarket Alfamart dan Indomaret Di Wilayah Pesanggrahan Jakarta Selatan*.
- Atulkar, S., dan Kesari, B. (2017). Satisfaction, loyalty and repatronage intentions: Role of hedonic shopping values. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 39(1): 23–34.
- Badjamal, F. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bussines Center Sophie Paris Di Kota Parigi. *Jurnal Katalogis*, 1(1), 227–241.
- Bagyarta, S. D., dan Dharmayanti, D. (2014). Analisa Pengaruh Hedonic dan Utilitarian Value terhadap Repurchase Intention pada Industri Pusat Kebugaran Kelas Menengah Atas di Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1).
- Cholifaturrosida, A., Mawardi, K., dan Bafadhal, A. (2018). Pengaruh Hedonic Dan Utilitarian Motivation Terhadap Behavioral Intention Pada Pemilihan Tas Mewah (Survei Online Terhadap Konsumen Wanita yang membeli Tas Mewah Pada Store Urban Icon Di Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(2), 84–92.
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. Cetakan I, Edisi Agustus, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Ekananda, L. W., dan Fanani, D. (2017). Pengaruh Nilai Utilitarian dan Perilaku Pasca Pembelian (Survei pada Pelanggan Toyota Avanza di AUTO2000 Sutoyo, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53(1), 151–156.
- Fallefi, M. R., dan Siregar, M. R. (2018). Pengaruh Nilai Utilitarian Dan Nilai Hedonis Terhadap Perpindahan Merek Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Pemoderasi (Studi Kasus Perpindahan Merek Dari Smartphone Lain Ke Iphone Pada Mahasiswa Di Lingkungan Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(3), 143–154.
- Ferrinadewi, E. (2005). Atribut Produk Yang Dipertimbangkan Dalam Pembelian Kosmetik Dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 7(2), 139–151.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariatedengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

- Graha, I. M. S., dan Wardana, M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hardy's Negara. 2: 309–334.
- Gulla, R., Oroh, S., dan Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1): 1313–1322.
- Hanzaee, K. H., dan Rezaeyeh, S. P. (2012). Investigation of The Effects of Hedonic Value and Utilitarian Value on Customer Satisfaction and Behavioural Intentions. *African Journal of Business Management*, 7(11): 818–825.
- Ihtiyar, A., Ahmad, F. S., dan Baroto, B. (2013). Impact of Intercultural Competence on Service Reliability and Customer Satisfaction in the Grocery Retailing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99: 373–381.
- Irani, N., dan Hanzaee, K. H. (2011). The Effects of Variety-seeking Buying Tendency and Price Sensitivity on Utilitarian and Hedonic Value in Apparel Shopping Satisfaction. *International Journal of Marketing Studies*, 3(3): 89–103.
- Jones, M. A., Reynolds, K. E., & Arnold, M. J. (2006). Hedonic and utilitarian shopping value: Investigating differential effects on retail outcomes. *Journal of Business Research*, 59(9): 974–981.
- Keller. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Equity. *Journal of Marketing*, 57: 1–22.
- Kesari, B., dan Atulkar, S. (2016). Satisfaction of mall shoppers: A study on perceived utilitarian and hedonic shopping values. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31: 22–31.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip Pemasaran*. Edisi Dua Belas, Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas, Jilid I, Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi Empat, Penerbit Erlangga.
- Lin, H. C., Bruning, P. F., dan Swarna, H. (2018). Using online opinion leaders to promote the hedonic and utilitarian value of products and services. *Business Horizons*, 61(3), 431–442.

- Martinez Ruiz, M. P., Jimenez Zarco, A. I., dan Izquierdo Yusta, A. (2010). Customer satisfaction's key factors in Spanish grocery stores: Evidence from hypermarkets and supermarkets. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(4): 278–285.
- Omar, N. A., Ramly, S. M., Alam, S. S., dan Nazri, M. A. (2015). Assessing the effect of loyalty program benefits in satisfaction- loyalty relationship: Evidence from Malaysia. *Jurnal Pengurusan*, 43: 145–159.
- Overby, J. W., dan Lee, E. J. (2006). The effects of utilitarian and hedonic online shopping value on consumer preference and intentions. *Journal of Business Research*, 59(10–11), 1160–1166.
- Pramudyo, A. (2012). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta). I(1): 1–16.
- Prihantono, D. (2013). Edukasi Brand ke Konsumen Melalui Digital Marketing (Studi Brand Insto Dalam Program #Buka Mata Buka Instro). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9): 1689–1699.
- Ratnasari, V. A., Kumadji, S., dan Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value dan Impulse Buying (Survei Pada Konsumen Hypermart Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(1): 1--5.
- Rimadias, S., dan Rachmayanti, F. S. (2018). Analisis Peran Functional Benefits, Symbolic Benefits, Experiential Benefits Dan Customer Satisfaction Sebagai Pembentuk Loyalty Intention Pada Customer the Body Shop (Telaah Pada: the Body Shop Di Wilayah Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen & Ekonomika*, 8(1): 1.
- Stathopoulou, A., dan Balabanis, G. (2016). The effects of loyalty programs on customer satisfaction, trust, and loyalty toward high- and low-end fashion retailers. *Journal of Business Research*, 69(12): 5801–5808.
- Sukamdani, Y., dan Purwanto, T. (2016). Kepuasan Pembelanja Supermarket Yang Dipengaruhi Motif Belanja Hedonik Dan Utilitarian Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. *Majalah Ekonomi*, 21(2): 264–274.
- Sumarni, M., dan Wahyuni, S. (2006). *Metode Penelitian dan Bisnis*, Penerbit Andi Offset.

- Tanojohardjo, G., Kunto, Y., dan Brahmana, R. (2014). Analisa Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Brand Trust Dengan Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Pewarnaan L ` Oréal Professionnel. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1): 1–11.
- Tjahjaningsih, E. (2016). Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 28(2): 13–27.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Penerbit Andi Offset.
- Yola, M., & Budianto, D. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(1), 301.